



## UNIVERZITA TRETIETIEHO VEKU

### Organizačné a študijné pokyny pre akademický rok 2018/2019

#### Preambula

Ekonomická univerzita v Bratislave (ďalej len „EU v Bratislave“), v zmysle § 4 zákona č. 568/2009 Z.z. o celoživotnom vzdelávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov, organizuje prostredníctvom Bratislavskej Business School EU v Bratislave (ďalej len „BBS“) vzdelávanie formou Univerzity tretieho veku (ďalej len „UTV“), ako súčasť celoživotného vzdelávania občanov.

Vyšším záväzným dokumentom upravujúcim činnosť BBS v oblasti UTV sú „Zásady a pravidlá štúdia UTV“, z ktorého ďalej uvádzame iba relevantné spresnené časti týkajúce sa bežného akademického roka.

#### Študijné odbory

Študijné odbory v akademickom roku 2018/2019:

<b>1. Ekonomia pre každého</b>
<b>2. Sám sebe manažérom – osobné a rodinné financie</b>
<b>3. Medzinárodný cestovný ruch a klient</b>
<b>4. Kúpeľníctvo a wellness</b>
<b>5. Marketing a obchod ako ich nepoznáte</b>

Každý zo študijných odborov tvorí 14 vzdelávacích sústreďení po 3 vyučovacích hodinách formou prednášok a konzultácií v dvojtyždňových intervaloch, spolu 42 vyučovacích hodín v jednom akademickom roku.

#### Prihlasovanie na štúdium

Na štúdium sa môžu prihlásiť záujemcovia **starší ako 45 rokov** s ukončeným stredoškolským vzdelaním. Prijímacie skúšky sa nekonajú.

Formulár prihlášky je možné stiahnuť z webovej stránky [www.euba.sk/utv](http://www.euba.sk/utv).

Vyplnenú a podpísanú prihlášku je potrebné zaslať poštou na adresu:

Bratislavská Business School EU v Bratislave  
Dolnozemska cesta 1  
852 35 Bratislava

alebo elektronicky na mailovú adresu [janka.chladecka@euba.sk](mailto:janka.chladecka@euba.sk)

Určený pracovník UTV po prijatí prihlášky pošle späť záujemcovi mailovú správu o akceptácii prihlášky aj s výzvou na uhradenie poplatku za štúdium.

#### Poplatky za štúdium

Poplatok za jeden akademický rok štúdia UTV je stanovený nasledovne:

<b>Zárobkovo činní</b> (s pravidelným alebo nepravidelným príjmom)	<b>79,00 €</b>
<b>Nepracujúci a poberajúci dôchodok</b> (starobný, invalidný, výsluhový)	<b>69,00 €</b>

Uhradenie poplatku je možné uskutočniť jedným z nasledovných spôsobov:

- poštovou poukážkou typu U** – do kolónky „adresát“ uviesť text: Ekonomická univerzita v Bratislave, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava, č. účtu: **SK34 8180 0000 0070 0007 4503**, VS: **2013**
- bankovým prevodným príkazom** – číslo účtu: **SK34 8180 0000 0070 0007 4503**, VS: **2013** (do poznámky pre prijímateľa uviesť priezvisko a meno)

**Posledný termín úhrady študijného poplatku je stanovený na 30.9. 2018**

#### Začiatok štúdia

Slávnostné zahájenie štúdia sa uskutoční pred prvou prednáškou v jednotlivých odboroch nasledovne:

<b>1. Ekonomia pre každého</b>	<b>Október 2018 (*)</b>
<b>2. Sám sebe manažérom – osobné a rodinné financie</b>	<b>Október 2018 (*)</b>
<b>3. Medzinárodný cestovný ruch a klient</b>	<b>október 2018</b>
<b>4. Kúpeľníctvo a wellness</b>	<b>Október 2018</b>
<b>5. Marketing a obchod ako ich nepoznáte</b>	<b>Október 2018</b>

Záväzne prihlásení frekventanti budú po úhrade študijného poplatku písomne pozvaní na zahájenie štúdia.

Začiatok štúdia je popoludní o 16.00 hod. podľa učebného plánu štúdia, prípadne môže byť upravený na základe vzájomnej dohody.

#### Priebeh štúdia

Výučba začína hneď po slávnostnom zahájení štúdia. Ďalšie sústreďenia sa budú konať v určené dni a hodiny tak, ako je to určené v učebných plánoch.

Jedno sústreďenie trvá 3 vyučovacie hodiny po 45 minút.

Úspešní absolventi prvého ročníka postupujú do druhého ročníka štúdia.

#### Miesto konania výučby

Sústreďenia sa budú konať v priestoroch BBS EU v Bratislave na adrese Dolnozemska cesta 1, Bratislava v určených učebniach.

#### Ukončenie štúdia

**Štúdium trvá 2 akademické roky (\* s výnimkou odborov č. 1,2 – jednoročné štúdium)** a po ukončení štúdia sa štúdium slávnostne ukončí odovzdaním osvedčenia. Na slávnosti sa okrem akademických funkcionárov EU v Bratislave a zástupcov participujúcich fakúlt EU môžu zúčastniť aj zástupcovia ďalších organizácií a spolkov zainteresovaných na činnosti UTV.

Osvedčenie o ukončení štúdia UTV vydáva riaditeľ BBS.

***Poznámka:** Vydané osvedčenie o absolvovaní UTV sa nepovažuje za vysokoškolský diplom ani za potvrdenie o kvalifikačných predpokladoch na výkon povolania a neopravňuje študenta na získanie akademického titulu.*

#### Určený pracovník UTV

**PaedDr. Janka Chládecká, PhD.**

tel.: 02 6729 5165, 0905 744 251

mail: [janka.chladecka@euba.sk](mailto:janka.chladecka@euba.sk)

**Bratislava, september 2018**

## Učebné plány študijných odborov

### Ekonomia pre každého

1. Základy účtovníctva.
2. Jednoduché účtovníctvo. Podvojný účtovníctvo. Základy vedenia účtovníctva a porovnanie jednoduchého účtovníctva s podvojným, poukázanie na rozdiely medzi jednotlivými sústavami účtovníctva.
3. Účtovná závierka – dôležitosť účtovnej závierky a koncepcia informácií získaných z účtovnej závierky. Analýza účtovnej závierky.
4. Register účtovnej závierky, získavanie informácií z registra účtovných závierok o účtovných jednotkách.
5. Medzinárodná právna úprava účtovníctva a dopad na spoločnosti v SR.
6. Mzdová agenda – základy mzdovej agendy a ochrana osobných údajov.
7. Mzda zamestnanca, výpočet mzdy, zostavenie daňového priznania a výpočet dane z príjmov. Mzda a daňové priznanie dôchodcov.
8. Účtovníctvo a účtovná závierka v mestách a obciach.
9. Rozpočty miest a obcí a informácie získané zo záverečného účtu miest a obcí, z účtovnej závierky a z finančných výkazov.
10. Základy práce na počítači.
11. Internet v bežnom živote a práca s ním.
12. Práca na počítači – vytvorenie e-mailov schránky, odosielanie pošty, moderné formy komunikácie prostredníctvom internetu. Základná práca s aplikáciami Microsoft Office (Word, Excel).
13. Vyhľadávanie na internete. Zásady bezpečného správania na internete.
14. Základy logistiky.

### Sám sebe manažérom – osobné a rodinné financie

1. Ekonomická funkcia rodiny v modernej spoločnosti – význam finančného plánovania v rodine. Súčasné trendy v spotrebe domácností v SR.
2. Riadenie osobných a podnikateľských rizík
3. Osobný a rodinný rozpočet. Štruktúra rodinného rozpočtu, náklady na bývanie, bežné výdavky.
4. Platby za služby a ich sledovanie. Styk s bankou. Služby elektronického bankovníctva. Ochrana vkladov v bankách.
5. Nedostatok finančných prostriedkov v rodine a možnosti riešenia – povolené prečerpanie na bežnom účte, kreditné karty, spotrebné úvery. Osobný bankrot, exekúcia.
6. Úver – áno alebo nie ? Ako sa zorientovať v ponukách bankových a nebankových subjektov ?
7. Spotrebný úver. Uzavretie zmluvy o poskytnutí úveru, pôžičky.
8. Finančné produkty pre seniorov. Reverzná hypotéka. Možnosti bezplatného poradenstva.
9. Finančné rezervy v rodine. Oplatí sa sporiť a investovať ? Ako vybrať ten správny produkt ? Sporiace účty, vkladové účty, vkladné knižky. Stavebné sporenie.
10. Možnosti zabezpečenia sa na dôchodok: II. pilier, životné poistenie, reverzné hypotéky
11. Behaviorálne aspekty pri rozhodovaní sa spotrebiteľ a na finančnom trhu.
12. Platobný styk a jeho nástroje (príkaz na úhradu, príkaz k inkasu, hromadný príkaz, trvalý príkaz). Internetové bankovníctvo a jeho služby. Bezpečnosť finančných operácií na internete.

13. Neživotné poistenie a jeho produkty. Poistenie škôd na majetku. Poistenie nehnuteľnosti a poistenie domácnosti.
14. Cestovné poistenie, poistenie do hôr. Poistenie zodpovednosti za škodu. Praktické aspekty poistných produktov.

## **Medzinárodný cestovný ruch a klient**

### **1.ročník**

1. Medzinárodný cestovný ruch. Slovensko a jeho postavenie na trhu cestovného ruchu
2. Hotelierstvo vo svete a v SR. Nové trendy.
3. Sme dámy a páni, ktorí slúžia dámam a pánom
4. Letecká doprava vo svete
5. Geografia cestovného ruchu – najpopulárnejšie destinácie vo svete a v SR
6. Trasovanie v cestovnom ruchu
7. Geografia cestovného ruchu – neznáme destinácie vo svete a v SR
8. Gastronómia vo svete, nové trendy
9. Stravovacie služby a ich rozmanitosť
10. Autobusová a železničná doprava v Európe a v SR
11. Lodná doprava námorná a riečna
12. Cestovný ruch a Európska únia. Programy EU. CALYPSO – cestovanie seniorov
13. Kúpeľné miesta, rekreačné kúpeľníctvo a wellnes
14. Segmentácia klientely a jej špecifiká v dôsledku náboženstva

### **2.ročník**

1. Ochrana spotrebiteľa v medzinárodnom cestovnom ruchu, cestovné kancelárie
2. Ochrana spotrebiteľa v medzinárodnom cestovnom ruchu, letecká doprava
3. Ochrana spotrebiteľa v medzinárodnom cestovnom ruchu, železničná a autobusová doprava
4. „Máme radi zážitok“ - Medzinárodné podujatia, charakteristika, členenie podľa obsahu, príprava na Mystery shopping
5. „Môžu pôsobiť na medzinárodné podujatie rôzne vonkajšie environmentálne, spoločenské alebo ekonomické vplyvy? „ - Externality a pôsobenie externalít na medzinárodné podujatia.
6. Prípadová štúdia na základe návštevy Vianočných trhov. Prezentácia poznatkov
7. Návšteva medzinárodného podujatia Slovakiatour.
8. Spätná väzba návštevy podujatia formou panelovej diskusie, analýza pôsobenia vybraných externalít
9. „Kto má záujem o podujatie?“ - Dopyt v medzinárodnom podujatí, segmentácia, predpoklady účasti
10. „Kto pozýva a organizuje medzinárodné podujatie?“ - Ponuka v medzinárodnom podujatí, aktéri na strane ponuky – organizátori, dodávatelia
11. „Kto podporuje?“ - Ponuka v medzinárodnom podujatí, aktéri na strane ponuky – štátna správa, samospráva.  
„Kto pomáha?“ - Ponuka v medzinárodnom podujatí, aktéri na strane ponuky – neziskové organizácie, miestne obyvateľstvo
12. „Peniaze od a do Z“ - Finančný manažment a rozpočet
13. „Ideme do toho“ - Koncept konkrétneho podujatia a jeho aplikácia do algoritmu prípravy medzinárodného podujatia

14. „Aké medzinárodné podujatie sme si pripravili? - Prehľad navrhnutého medzinárodného podujatia a prezentácia : 1,2 = skúška

## **Marketing a obchod ako ich nepoznáte**

### **1.ročník**

1. Podstata marketingu – úvod a jeho úloha v praxi.
2. Senior marketing a jeho zvláštnosti
3. Výskum trhu, zdroje a metódy
4. Spotrebiteľská politika a ochrana spotrebiteľa
5. Práva spotrebiteľa
6. Reklamácie a ich riešenie
7. Povinnosti spotrebiteľov
8. Spotrebiteľské správanie
9. Marketingové mikro a makro prostredie, medzinárodný marketing
10. Správanie organizácií, spoločenská a environmentálna zodpovednosť podnikov
11. Etické zásady a ich dodržiavanie
12. Segmentácia trhu a cieľové skupiny
13. Ako sa plánuje marketing
14. Produkt a jeho znaky

### **2.ročník**

1. Služby a ich zvláštnosti
2. Produkt, jeho znaky, životný cyklus produktu, nový produkt a jeho vývoj
3. Kvalita produktov, jej identifikácia, hodnotenie a komunikácia
4. Environmentálne produkty a ich miesto v trhovom prostredí
5. Exkurzia
6. Zhodnotenie exkurzie a praktická aplikácia
7. Cena v marketingu
8. Sprístupnenie produktov spotrebiteľovi – distribúcia
9. Maloobchodná prevádzka, typológia maloobchodnej siete
10. Komunikácia so zákazníkom, osobný predaj, podpora predaja, public relation
11. Reklama a jej prostriedky, ostatné formy vonkajšej reklamy
12. Marketingový informačný systém
13. Internet a digitálna komunikácia – riziká internetovej komunikácie pre spotrebiteľa
14. Nové trendy v marketingu

## **Kúpeľníctvo a wellness**

### **1.ročník**

1. Zdravie a kvalita života.
2. Zdravie ako motivačný faktor cestovania. Zdravotný cestovný ruch. Subodvetvia zdravotného cestovného ruchu.
3. Kúpeľníctvo. História kúpeľníctva a kúpeľného cestovného ruchu.
4. Podmienky kúpeľníctva – prírodné liečivé zdroje.
5. Zoznam prírodných minerálnych vôd uznaných členskými štátmi Európskej únie.
6. Ochrana prírodného prostredia a podzemných vôd.
7. Organizácia a riadenie kúpeľníctva v SR.
8. Kúpeľný podnik. Kúpeľné služby. Strategický, finančný a personálny manažment.
9. Zdravotné indikácie pre kúpeľnú liečbu a procedúry.
10. Rehabilitácia a fyzikálna medicína (fyziatria, balneológia).
11. Prevádzka a zásady kúpania v minerálnych, prírodných a budovaných kúpaliskách.
12. Podporné finančné možnosti pre kúpeľných klientov a turistov.
13. Hodnotenie kvality služieb v kúpeľníctve.
14. Kúpeľné miesta v zozname svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO.

### **2.ročník**

1. Wellness – vznik, charakteristika a vývoj wellness. Základné dimenzie wellness.
2. Wellness služby a nové trendy cestovného ruchu.
3. Stresmanažment.
4. Relaxačné metódy a programy.
5. Zákaznícke segmenty v kúpeľníctve a wellness.
6. Hodnotenie kvality wellness služieb.
7. Európsky kúpeľný cestovný ruch. Európske kúpeľníctvo. ESPA.
8. Európska únia a cestovný ruch (princípy, súvisiace dokumenty).
9. Kúpeľné miesta Českej republiky.
10. Kúpeľné miesta v Maďarsku.
11. Termálne kúpaliská a akvaparky (SPA Wellness)
12. Popularizácia SPA HEALTH a SPA WELLNESS v kontexte cestovného ruchu.
13. Geoturistika v spojení s kúpeľným cestovným ruchom.
14. Partnerstvá v kúpeľnom cestovnom ruchu. Podmienky partnerstiev v SPA HEALTH a SPA WELLNESS.